Deutscher Bundestag **Drucksache 14/9209**

14. Wahlperiode 04. 06. 2002

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Eckart von Klaeden, Steffen Kampeter, Gerda Hasselfeldt, Thomas Dörflinger, Manfred Grund, Hans-Peter Repnik, Friedrich Merz, Michael Glos und der Fraktion der CDU/CSU

Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung in der Vorwahlzeit – Projekte, Presse- und Hörfunkdienste, Demoskopie

Die Bundesregierung hat den Auftrag, Bürger und Medien über ihre Politik zu informieren. Dies geschieht mit den Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit. Zulässige Öffentlichkeitsarbeit findet dort ihre Grenze, wo Wahlwerbung beginnt und Steuergelder missbraucht werden. Das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) hat der Bundesregierung in grundlegenden Urteilen untersagt, als Staatsorgan parteiergreifend in Wahlkämpfe einzuwirken (BVerfGE 44, 125 f., 63, 230 ff.). Denn dies würde den offenen Prozess der Meinungsbildung und das Recht der Wahlbewerber auf chancengleiche Teilnahme an Wahlen verletzen. Für die sog. Vorwahlzeit hat das BVerfG der Bundesregierung deshalb besonders strenge Beschränkungen in ihrer Öffentlichkeitsarbeit auferlegt.

Wir fragen die Bundesregierung:

I. Projekte

1. Wird die Bundesregierung bereits begonnene Maßnahmen/Projekte der Öffentlichkeitsarbeit bis zum 22. September 2002 fortführen, und wenn ja, welche sind dies im Einzelnen (aufgeteilt in Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA), Chef des Bundeskanzleramtes (ChefBK)/Bundeskanzler, einzelne Bundesressorts) und, bei Druckschriften, in welcher Auflagenhöhe erfolgt dies?
2. Welche Kosten entstehen dadurch – aufgegliedert nach Einzelplänen?
3. Plant die Bundesregierung derzeit neue Projekte der Öffentlichkeitsarbeit bzw. hat die Bundesregierung Projekte der Öffentlichkeitsarbeit bereits geplant, die noch vor dem 22. September 2002 durchgeführt werden sollen bzw. können, und wenn ja, welche sind dies – bei Druckschriften, in welcher Auflagenhöhe (aufgeteilt in BPA, ChefBK/Bundeskanzler, einzelne Bundesressorts)?
4. Welche bisher bereits geplanten, aber noch nicht angelaufenen Projekte wird die Bundesregierung nach ihrem Planungsstand bis zum 22. September 2002 neu starten bzw. welche früheren Projekte wird sie vor dem 22. September 2002 reaktivieren (aufgeteilt in BPA, ChefBK/Bundeskanzler, einzelne Bundesressorts)?
5. Welche Kosten entstehen dadurch – aufgeteilt nach Einzelplänen?

6. Aus welchen Haushaltstiteln werden die einzelnen Projekte finanziert?
7. Welche Unternehmen realisieren diese Projekte?
8. Ist bei bestehenden, bereits in den Vorjahren veröffentlichten Druckschriften der Bundesregierung im Jahr 2002 die Auflage im Vergleich zu den Vorjahreszeiträumen gesteigert worden?
9. Wenn ja, welche Druckschriften sind dies im Einzelnen, mit welcher Auflagensteigerung?
10. Wenn nein, kann die Bundesregierung dies für alle Erzeugnisse im Bereich des BPA und der Bundesressorts ausschließen?
11. Trifft es zu, dass die Bundesregierung die Herstellung von PC-Mousepads zurzeit öffentlich ausgeschrieben hat, und wenn ja, wann ist dies erfolgt und bis zu welchem Zeitpunkt sollen Angebote abgegeben werden?
12. Wenn ja, in welcher Auflage wird die Bundesregierung diese Mousepads herstellen lassen und mit welchen Motiven?
13. Zu welchem Zeitpunkt sollen die Mousepads zur Verfügung stehen und zu welchem Zweck benötigt die Bundesregierung diese Mousepads?
14. Plant die Bundesregierung in 2002 sog. Tage der offenen Tür in Berlin?
15. Wenn ja, wann sollen diese stattfinden und wie sollen diese Tage gestaltet werden?
16. Gibt es dafür ein Motto bzw. werden Botschaften mit der Veranstaltung verbunden, und wenn ja, welche?
17. Mit welchen Kosten soll dies verbunden sein?
18. Welche Haushaltsmittel sind dafür vorgesehen?
19. In welcher Weise beabsichtigt die Bundesregierung hierbei ihre Bundesministerinnen und Bundesminister darzustellen?
20. Welche Werbemaßnahmen sind dafür geplant?
21. Hat die Bundesregierung ihre Öffentlichkeitsarbeit in einzelnen Ressorts gesteigert, und wenn ja, in welchen und in welchem Umfang?

II. Presse- und Hörfunkdienste

22. Gibt die Bundesregierung sendefertige Hörfunkdienste heraus?
23. Gibt die Bundesregierung gestaltete Pressedienste heraus?
24. Wenn jeweils ja, mit welchen Dienstleistern arbeitet die Bundesregierung hier zusammen?
25. Wie haben sich die Budgets für Presse- und Hörfunkdienste in den Jahren 1999, 2000, 2001 entwickelt?
26. Wie sind die Planungen für 2002?
27. Wie viele Presse- und Hörfunkbeiträge wurden jährlich seit 1999 herausgegeben?
28. Wie viele Presse- und Hörfunkdienste werden 2002 herausgegeben?
29. Wie vielen Empfängern gehen die Presse- und Hörfunkdienste jeweils zu?

III. Demoskopie

30. Mit welchen Meinungsforschungsinstituten arbeitet die Bundesregierung zusammen?
31. Wie haben sich die Auftragsvolumina der einzelnen Institute in den Jahren 1999, 2000, 2001 entwickelt?
32. Wie hoch ist das geplante Auftragsvolumen für die einzelnen Institute in 2002?
33. Inwieweit ist es den Instituten gestattet, Erhebungen, die von der Bundesregierung finanziert wurden, weiterzuentwickeln bzw. selbstständig zu veröffentlichen?
34. Sind von der Bundesregierung bezahlte Umfragen von Meinungsforschungsinstituten ohne Hinweise auf den Auftraggeber veröffentlicht worden?
35. Wenn ja, wie ist es dazu gekommen und was hat die Bundesregierung in diesen Fällen unternommen?

Berlin, den 22. Mai 2002

Eckart von Klaeden
Steffen Kampeter
Gerda Hasselfeldt
Thomas Dörflinger
Manfred Grund
Hans-Peter Repnik
Friedrich Merz, Michael Glos und Fraktion



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333